

Centro Universitario Internazionale. Ente riconosciuto con D. M. 29/03/1996 - Gazzetta Ufficiale n. 92 19/04/1996 - Reg. Persone Giuridiche n. 387/96- Provider Nazionale ECM - Accreditato con ID 4128. **Master in Neuromarketing and Behavior Design IX ed. 2024-25**

AREA DISCIPLINARE	CONTENUTO	Docenza frontale	Docenza on line sincrona	Esercitazioni assegnate asincrone	Studio personale	Valutazione di modulo	Totale	Docente Responsabile modulo
Psicologia e Neuroscienze per il marketing	Psicologia e Neuroscienze del Comportamento. Processi decisionali e comportamentali in ambito del consumo e sociale	24	4	24	22	1	75	Prof. Andrea Zangrossi Università di Padova; Prof. Civai Claudia. Cognitive Psychology , London South Bank University, UK.
Tecniche e strumenti per il neuromarketing	Metodi e Strumenti di Neuroscienze con laboratorio in tecnologie avanzate come Eye Tracker, GSR ed EEG applicati al business e comunicazione	24	0	24	26	1	75	Ph. D Francesca Perna
Neuromarketing e nudging	Neuromarketing, con focus sull'applicazione delle neuroscienze e behavior design. Neurofood; Neuroestetica; Legal design; neuroetica.	20	16	26	18	2	82	Ph. D D. Rigoni, già professore all'università di Bruxelles
Machine Learning e applicazioni marketing	Principi generali di funzionamento. Applicazioni pratiche a casi di analisi di dati comportamentali. Applicazioni di digital marketing con AI	12	8	18	16	1	55	Prof. Giuseppe Sartori, Ordinario all'Università di Padova
Economia Comportamentale e applicazioni	Economia Comportamentale e Neuroeconomia. Le decisioni economiche a partire dai processi cerebrali. Applicazione al settore della finanza,		12	28	12	1	53	Professore Ordinario di Economia politica presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II.
Valutazione finale	Realizzazione di progetto finale valutato plenariamente dalla Commissione esami					60		Rilascio attestazione moduli frequentati e 16 ETCS
	TOTALE	80	40	120	94	66	400	